

BAB 6

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Setelah melalui tahap pengolahan data dan analisis, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan menjadi :

- Kriteria kualitas yang dipertimbangkan oleh konsumen saat memilih rokok mild terdiri atas 26 hal yaitu informasi kadar nikotin, kelembutan aroma tembakau, kualitas filter saat rokok dihisap, kualitas tembakau, aroma tembakau, kemudahan diperoleh di pasar, daya tarik event, frekuensi event, daya tarik iklan, variasi jumlah batang per kemasan, ketahanan api sulutan, citra merek, ketahanan terhadap patah saat dicabut, warna kertas rokok, desain bungkus rokok, kesesuaian rasa dengan selera, daya tahan setelah bungkus dibuka, frekuensi penayangan iklan, kualitas pelindung, variasi rasa, harga, ketersediaan pengecer ketengan, kualitas filter rokok, kestabilan warna kemasan, daya tarik font di kemasan, serta ketersediaan tanggal kadaluarsa.
- Jika ditinjau dari sudut pandang konsumen maka kinerja *LA Lights* yang telah memuaskan mereka hanyalah pada variabel frekuensi event, ketahanan api sulutan, citra merek, warna kertas rokok, kualitas pelindung, serta variasi rasa. Sementara di variabel-variabel lain kinerja *LA Lights* belum memuaskan konsumen. Keenam variabel yang sudah memuaskan konsumen tersebut merupakan variabel dengan tingkat kepentingan di bawah rata-rata. Terdapat sebelas variabel dengan tingkat kepentingan yang tinggi menurut konsumen dan seluruhnya belum memuaskan konsumen. Sebelas variabel tersebut ialah kualitas filter saat rokok dihisap, kualitas tembakau, aroma tembakau, kemudahan diperoleh di pasar, daya tarik event, ketahanan terhadap patah saat dicabut, desain bungkus rokok, kesesuaian rasa dengan selera, harga, daya tarik font di kemasan, ketersediaan tanggal kadaluarsa.

- Dari kesebelas variabel yang memiliki tingkat kepentingan di atas rata-rata tersebut tidak satupun kinerja *LA Lights* yang mutlak mengungguli pesaing-pesaingnya. Terdapat 5 variabel dengan kinerja yang setara dengan pesaing terbaiknya yaitu kualitas filter saat rokok dihisap, kualitas tembakau, desain bungkus rokok, ketersediaan tanggal kadaluarsa. Ada 6 variabel dimana kinerja *LA Lights* mutlak tertinggal dari pesaingnya, yaitu pada variabel aroma tembakau, kemudahan diperoleh di pasar, daya tarik event, ketahanan terhadap patah saat dicabut, kesesuaian rasa dengan selera dan harga.

6.2 Saran

6.2.1 Saran Bagi PT Djarum Wilayah Pemasaran Bandung

Agar dapat meningkatkan daya saing *LA Lights* terhadap pesaing-pesaingnya di wilayah pemasaran Bandung, maka penulis mengusulkan kepada pimpinan PT Djarum wilayah pemasaran Bandung untuk:

- Menyediakan bonus pada para pemilik warung untuk merangsang pembelian dalam jumlah banyak
- Meningkatkan kualitas event yang disponsori *LA Lights* dengan memperhatikan kualitas event yang diselenggarakan dibandingkan hanya sekedar meningkatkan frekuensi event. Event yang disponsori perlu menyertakan acara untuk mencoba rasa rokok *LA Lights* agar peluang untuk memperoleh konsumen yang cocok dengan rasa *LA Lights* dapat ditingkatkan

6.2.2 Usulan kepada PT Djarum Pusat

Untuk meningkatkan daya saing *LA Lights* terhadap pesaing-pesaingnya, maka penulis mengusulkan kepada pimpinan PT Djarum Pusat di Kudus:

- Terus melakukan inovasi dalam pencampuran tembakau sampai diperoleh rasa yang digemari oleh penduduk Bandung
- Merancang ulang desain bungkus rokok agar rokok lebih mudah dicabut dan tidak mudah patah.

- Meneliti ulang kebijakan penetapan harga untuk menyesuaikan dengan persepsi masyarakat mengenai kualitas *LA Lights*.
- Menciptakan semboyan yang menyatakan bahwa kualitas filter rokok pesaing *LA Lights* sebenarnya tidak lebih baik daripada kualitas filter rokok *LA Lights*. Penulis mengusulkan dengan menggunakan semboyan *The Accurate One* untuk membangun persepsi masyarakat bahwa kadar nikotin dan tar yang ditulis sama dengan nilai tar dan nikotin yang dihisap oleh konsumen.
- Meniru iklan Dji Sam Soe, memodifikasinya sehingga bisa menyampaikan pesan mengenai kualitas, tidak seperti promosi pesaing yang lebih menekankan pada gaya hidup anak muda.
- Melakukan perancangan ulang font logo *LA Lights* sehingga terkesan lebih menarik minat konsumen di Bandung
- Mencetak tanggal produksi rokok di setiap bungkus yang dijual